

Resumen

PROYECTO YOUTHSAVE: HALLAZGOS CLAVES PARA LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS

Una cuentahabiente de YouthSave deposita dinero en una sucursal del Kenia Postbank. Vea su historia en <https://vimeo.com/109502652>.

Los jóvenes ya están ahorrando de manera informal, pero están interesados en el ahorro formal.

Es un error común creer que la juventud es una pizarra financiera en blanco, que no tiene ingresos ni conocimiento sobre temas financieros. YouthSave ha encontrado que la mayoría de los jóvenes encuestados en los cuatro países del programa manejan dinero habitualmente, y que ya están ahorrando por su cuenta, aunque en pequeñas cantidades, con proyecciones cortas y a través de mecanismos informales. Los jóvenes citan la accesibilidad y la simplicidad como las características más atractivas del ahorro informal, pero reconocen que estos fondos son vulnerables al robo o a la simple tentación. Las instituciones financieras pueden brindar una mayor simplicidad y accesibilidad que el ahorro informal ofreciendo cuentas que garanticen la seguridad de los ahorros y provean acceso a los fondos en situaciones de emergencia, pero que además ayuden a los jóvenes a resistir la tentación de acceder a sus ahorros con demasiada frecuencia, lo que les permite acumular montos para el futuro¹.

“Toda persona joven tiene necesidades y deseos... por eso es que ahorramos.” –
Participante en el estudio de mercado de Ghana (hombre, 16-18 años, no escolarizado)

Es importante incluir el ahorro juvenil en las estrategias de las instituciones financieras de mediano y largo plazo

YouthSave examinó el caso de negocio de las cuentas de ahorro para jóvenes desde el punto de vista de las instituciones financieras. Dado que estas cuentas de ahorros no son productos de alto margen a corto plazo, las instituciones financieras deben sopesar los costos y dificultades que representa atraer y prestar servicios a muchos titulares de cuentas pequeñas, a la luz de los beneficios relacionados con la captura temprana de una base de futuros clientes, la posibilidad de hacer ventas cruzadas a través de las redes de los jóvenes (es decir,

LA IMPORTANCIA DEL AHORRO JUVENIL

La población global de jóvenes entre los 10 y los 24 años de edad ha alcanzado los 1.8 billones². 90 % de ellos viven en países menos desarrollados. Aproximadamente 238 millones de jóvenes viven en la pobreza extrema - es decir, viven con menos de 1 dólar al día. Otros 462 millones de jóvenes viven con menos de 2 dólares al día³.

El acceso a servicios financieros es un eslabón clave entre las oportunidades económicas y los logros de los jóvenes, permitiéndoles resolver emergencias, invertir en su educación, o empezar un negocio. Tener un mecanismo de ahorro que sea seguro y efectivo puede ser particularmente ventajoso, ya que los hábitos inherentes al ahorro pueden ayudar a mejorar el autocontrol, la fuerza de voluntad, y la orientación futura de las personas⁴. Los estudios han demostrado que existe una relación entre el ahorro juvenil y algunos resultados en materia de desarrollo juvenil tan importantes como la capacidad financiera, el rendimiento académico y la salud. Las iniciativas de ahorro juvenil tienen el potencial de ser intervenciones de alto apalancamiento con un impacto positivo sobre varias prioridades para el desarrollo.

PROYECTO YOUTHSAVE

YouthSave fue una iniciativa de cinco años para diseñar y poner a prueba el impacto de las cuentas de ahorro juveniles en Colombia, Ghana, Kenia, y Nepal. Entre 2012 y 2015, más de 130.000 jóvenes entre los 12 y los 18 años de edad abrieron cuentas de ahorros personalizadas en los cuatro bancos aliados de YouthSave - acumulando casi USD\$ 1 millón en ahorros. Adicionalmente, más de 44.000 jóvenes recibieron educación financiera directa y 48.000 individuos participaron en eventos comunitarios. En Nepal, una radionovela sobre el ahorro alcanzó cerca de 660.000 radioescuchas. El proyecto fue una iniciativa del YouthSave Consortium, creado en alianza con la Fundación MasterCard, liderada por Save the Children junto con el Centro para el Desarrollo Social de la Universidad de Washington en St. Louis, New America, y el Grupo Consultor de Asistencia a los Pobres (CGAP por sus siglas en inglés).

Para entender cómo han ahorrado los jóvenes en el tiempo y qué factores han influenciado sus comportamientos de ahorro, YouthSave ha creado la mayor base de datos conocida hasta el momento de información demográfica y transaccional sobre jóvenes ahorradores. El proyecto también implementó el mayor estudio longitudinal y experimental de su tipo para examinar el impacto que puede tener la oportunidad de abrir una cuenta sobre la capacidad financiera, el funcionamiento cognitivo, la salud y los resultados académicos de los jóvenes. YouthSave también analizó los resultados de su trabajo en educación financiera en términos de los cambios en el conocimiento, las actitudes y los comportamientos de los participantes en relación con el ahorro. Igualmente utilizó metodologías cualitativas para explorar las experiencias subjetivas de jóvenes cuentahabientes con el ahorro, en miras a identificar qué les facilitó u obstaculizó el ahorro. Aparte de los múltiples beneficios relacionados con la inclusión financiera juvenil y los logros del desarrollo, YouthSave también examinó el caso de negocio de las cuentas de ahorro juveniles desde la perspectiva de las instituciones financieras.

venderle a sus familiares y parientes) y el cumplir con su responsabilidad social empresarial².

Por lo tanto, desde una perspectiva puramente financiera, puede que las cuentas de ahorro para jóvenes no representen un buen negocio a corto plazo. Al igual que con los pequeños-ahorradores adultos, los ingresos por producto pueden ser bajos debido a la baja utilización y los saldos promedio típicos de las cuentas de ahorro juveniles.

No obstante, la buena imagen y potencial fidelización que se puede generar con actores como los padres, las comunidades, y los reguladores, pueden ser inmediatos. Adicionalmente, al ofrecer servicios a jóvenes con diferentes niveles de ingresos, los jóvenes con mayores saldos en sus cuentas podrían subsidiar a aquellos con saldos inferiores, al tiempo que se aumenta la inclusión financiera de los jóvenes. Con el tiempo, los jóvenes pueden representar un valor potencial de cliente vitalicio superior al de los clientes de mayor edad - siempre y cuando las instituciones financieras logren retener a estos clientes a largo plazo. Con el tiempo, es posible que algunos jóvenes mayores de edad requieran servicios más rentables como préstamos, pagos, seguros o productos de leasing. Capturar clientes jóvenes también permite diversificar la base de clientes, lo cual es especialmente valioso para las instituciones financieras cuya base de clientes está envejeciendo⁵.

En general, la rentabilidad del negocio del ahorro juvenil depende de varios factores clave, incluyendo:

- Las regulaciones locales que definen desde qué edad puede un joven tener y manejar una cuenta de manera autónoma, y qué tipo de documentos de identidad son aceptados;
- El nivel de competencia en el mercado;
- La capacidad de la institución financiera y los costos incrementales que implica establecer la infraestructura necesaria para vender y atender cuentas de ahorro juveniles;
- El sub-segmento de jóvenes seleccionado (mayores o menores de edad, escolarizados o no);
- Los factores que determinan el costo de los productos, como por ejemplo las características del producto y los canales de entrega⁶.

La regulación afecta radicalmente la aceptación y el uso del ahorro juvenil

Las barreras regulatorias afectan a los clientes jóvenes potenciales y actuales, en la medida en que éstas pueden limitar su capacidad de abrir cuentas de ahorro y realizar transacciones⁷. Como lo muestra el Gráfico 1, las barreras para la apertura de cuentas incluyen los requisitos de edad mínima y los documentos de identificación, que muchos jóvenes no tienen a su disposición. En algunos países, un

Cuadro 1: Motivaciones más frecuentes para ofrecer cuentas de ahorro juvenil, según reportes de entidades financieras comerciales¹⁰

- Capturar y retener clientes / ampliar la base de clientes
- Fidelizar clientes
- Movilizar depósitos
- Mejorar la imagen del banco ante la comunidad
- Cumplir con su responsabilidad social empresarial
- Cumplir con parte de la misión o el mandato de la entidad
- Introducir a los jóvenes al sistema financiero
- Promover el hábito, la cultura del ahorro
- Incrementar la educación financiera
- Inculcar un sentido de responsabilidad en los jóvenes

padre o adulto responsable debe estar presente tanto para abrir una cuenta como para realizar transacciones⁹. Los jóvenes prefieren manejar las cuentas de ahorro de forma autónoma y sin la presencia de adultos cuando es posible⁹, aunque las normas en muchos países no lo permiten.

El diseño de las cuentas de ahorro moldea los saldos y el comportamiento del ahorro

Las características de las cuentas pueden afectar el comportamiento del ahorro de muchas maneras. El no

exigir un depósito inicial puede facilitar la acogida de las cuentas, pero esto también se ha relacionado con tasas más altas de inactividad. Las restricciones sobre los retiros se han relacionado con una menor tasa de aceptación en Colombia, pero también se han relacionado con una mayor estabilidad en el ahorro. Lo mismo ocurrió en Ghana. Por otro lado, la falta de restricciones sobre los retiros puede motivar a los jóvenes a utilizar las cuentas de manera más transaccional y no solamente para el ahorro, como fue el caso en Nepal; no obstante, los saldos acumulados se mantuvieron ‘saludables’ en general. Una explicación podría

Tabla 1: Requisitos de edad y documentación para abrir una cuenta YouthSave, por país¹¹

	Colombia	Ghana	Kenya	Nepal
Edad mínima legal para ser el titular independiente de una cuenta	7	18	18	16
Rango de edad de elegibilidad para un producto YouthSave	7-17	12-18	12-18	10-22
Documentación autorizada para productos YouthSave	Certificado de nacimiento, tarjeta de identidad o pasaporte	El adulto encargado debe presentar su documento de identificación nacional, su documento de identificación electoral, pasaporte, licencia de conducción o tarjeta del seguro médico. El joven debe presentar su documento nacional de identidad, tarjeta del sistema nacional de salud, carta de presentación emitida por el gobierno local o carta expedida por su escuela.	El padre/ adulto encargado debe presentar su documento de identidad. El joven debe presentar su certificado de nacimiento, partida de bautizo, certificado escolar, o carta de la administración provincial presentando al menor sin número de identificación.	Para menores de 16 años: se pide certificado de nacimiento, pero se aceptan certificados escolares. Debe presentar documento de identidad del padre o adulto encargado, y fotografías del joven y del padre o adulto encargado. Para mayores de 16 años: tarjeta de identificación o certificado de nacimiento.
Requiere co-titular	No se requiere	Los menores de 18 años deben presentar a un padre o adulto encargado como co-titular. No pueden ser el único titular de la cuenta.		Los menores de 16 años deben presentar a un padre o adulto encargado como co-titular. No pueden ser el único titular de la cuenta.

Tabla 2: YouthSave: actividad de cuentas y transacciones por país

	Colombia	Ghana	Kenya	Nepal
Resultados finales del proyecto a mayo 2015 (todas las cuentas)¹²				
Cantidad total de cuentas	2.496	15.714	107.253	7.775
Balance neto de ahorros por país (nominal)	\$US 257 Mil	\$US 138 Mil	\$US 431 Mil	\$US 268 Mil
Ahorros promedio por cuenta a mayo 2015 (nominal)	\$US 103	\$US 9	\$US 4	\$US 35
Resultados finales del proyecto a mayo 2014 (todas las cuentas)¹³				
Ahorros promedio por cuenta (nominal)	\$US 121	\$US 9	\$US 3	\$US 41
Cifras de la Evaluación de Demanda del Ahorro (a mayo 2014, únicamente cuentas incluidas en la investigación)¹⁴				
Balance de ahorros promedio por cuenta (ajustado a la PPA)	\$US 262	\$US 33	\$US 9	\$US 114
Tiempo promedio de tenencia de la cuenta en meses	13,2	8,2	11,1	13,0
Mediana del tiempo de tenencia de la cuenta en meses	11	6	12	12
Porcentaje de cuentas activas	43%	64%	31%	52%
Número promedio de depósitos por cuenta	5,6	2,3	1,6	3,8

ser el programa de beneficios y subsidios al ahorro ofrecidos en Nepal, lo cual condujo a un ahorro significativamente más alto (incluso restando el monto de los subsidios). Otra característica de las cuentas que ha sido relacionada con un incremento en el ahorro es el requisito de establecer una meta de ahorro, lo cual fue implementado en Colombia. Sin embargo, al llegar a la meta de ahorro, aproximadamente 20% de los jóvenes retiró su dinero y cerró su cuenta¹⁵. Para obtener más detalles sobre los resultados de las cuentas YouthSave, ver Tabla 2.

Un experimento realizado en Colombia también demostró que el envío de recordatorios de depósito a través de mensajes SMS incrementó los montos ahorrados de manera significativa¹⁶. Del mismo modo, permitir a los jóvenes acceder a sus cuentas a través de canales electrónicos incentivó la acumulación de saldos. En Nepal y Kenia, los ahorros netos mensuales promedio fueron significativamente mayores para los titulares de cuentas que utilizaron cajeros automáticos y banca móvil (a través de M-PESA en Kenia). Sin embargo, hay limitaciones de edad para la compra de tarjetas SIM en Kenia, lo cual restringe el uso del sistema M-PESA entre los jóvenes. Esto quizás explica por qué sólo algunos cientos de cuentahabientes hicieron depósitos utilizando este canal, en una base de cuentas que en total alcanza varias decenas de miles de personas.

Para tener acceso a M-PESA, los jóvenes ahorradores deben contar con el apoyo de sus padres u otro adulto responsable – lo cual resalta la importancia de optimizar la participación de los adultos en el ahorro juvenil. La participación de los padres parece ser particularmente importante, ya que los jóvenes cuyos padres fueron los co-titulares de sus cuentas ahorraron significativamente más que los que tenían otro tipo de adulto encargado como co-titular (independientemente del canal de entrega utilizado).

Finalmente, los resultados de YouthSave demostraron que los niños más jóvenes tenían en promedio mayores ahorros netos mensuales que los niños mayores – lo cual quiere decir que comenzar el ahorro a una edad más temprana puede



Empleados del BoK cuentan el dinero consignado por un joven durante una sesión de banca en una escuela en Nepal.

generar una mayor acumulación de saldo. Dado que los niños más jóvenes suelen estar en la escuela, mejorar la relación con las escuelas para instalar cajeros automáticos, convertirse en corresponsales bancarios, o asociarse con las familias para utilizar sistemas móviles de pago tales como M-PESA o los monederos móviles, podría facilitar el proceso de depósito y reducir los costos transaccionales tanto para los jóvenes como para las instituciones financieras¹⁷.

La educación financiera juvenil puede facilitar la apertura de cuentas e incrementar los saldos¹⁸

En Colombia, Kenia y Nepal, YouthSave ha proporcionado educación financiera por medio de talleres, asambleas, clubes, campamentos y otros métodos, además de ofrecer cuentas de ahorro. Con base en un análisis comparativo de los resultados de la evaluación pre y post formación, la educación financiera parece haber mejorado significativamente la comprensión de los participantes acerca de cómo abrir una cuenta bancaria, y haber generado mayores niveles de apertura de cuentas y de ahorro. En Colombia, el conocimiento sobre cómo abrir una cuenta bancaria se disparó del 19 % al 79 % después de que los jóvenes participaran en talleres de educación financiera. Después de la capacitación, 42% de los participantes reportaron haber abierto cuentas en Nepal, y 39% en Kenia. Además, 30% de los participantes en Colombia reportaron haber ahorrado más después de participar en los talleres de educación financiera. En Kenia, las niñas fueron las más beneficiadas: después de la educación financiera, su ahorro aumentó de 77,5% a 94%. La tasa de ahorro en los niños también aumentó, subiendo del 74% al 84%. Adicionalmente, la educación financiera tuvo un impacto sobre los jóvenes en otros aspectos importantes: en Nepal, la comprensión de los participantes en cuanto a que “no hay que ahorrar saltándose las comidas” se incrementó de 40% antes del taller a 72% después.

Para implementar la educación financiera, las entidades financieras pueden trabajar de la mano con organizaciones de desarrollo juvenil que tienen conexiones fuertes dentro de la comunidad, lo cual puede servir como punto de partida para involucrar a la juventud local.

Dirigirse a los jóvenes a través de los padres y llevar la banca a las escuelas puede incrementar el ahorro juvenil¹⁹

Según los estudios de mercado realizados por YouthSave, la mayoría de los jóvenes manifestó que aprendió a ahorrar observando y escuchando a sus padres - especialmente a sus madres²⁰. Las entidades financieras pueden aprovechar este tipo de influencia



Niños de una escuela en Colombia participan en un evento de educación financiera.

de los padres para aumentar la aceptación de sus servicios y el ahorro²¹. Cuando los padres ya son clientes, apuntarle a sus familiares más jóvenes podría ser una movida estratégica para aumentar la base de clientes y promover la inclusión financiera entre los jóvenes. 84% de los ahorradores jóvenes indicó que sus ahorros probablemente provendrían de su familia, por lo cual la participación del padre/adulto encargado en el proceso de ahorro es también importante para ayudar a los jóvenes a acumular ahorros. De hecho, cuando los padres fueron los co-titulares de cuentas YouthSave, los jóvenes ahorraron sumas significativamente más altas²². Por lo tanto, las cuentas de ahorro juveniles deben incluir estrategias para involucrar a las familias durante la etapa inicial, y luego mantenerlos motivados y comprometidos²³.

Con el fin de acceder a un gran número de jóvenes a la vez, las entidades financieras aliadas de YouthSave utilizaron estrategias de mercadeo directo o “entrega a domicilio”, por lo general en las escuelas. Las sucursales de los bancos aliados de YouthSave que visitaron escuelas para abrir cuentas, recibir depósitos y participar en educación financiera, abrieron un número considerablemente mayor de cuentas en comparación con las sucursales que no lo hicieron²⁴. Este enfoque también facilitó la apertura de cuentas para jóvenes de bajos ingresos, un sector que generalmente presenta una baja inclusión financiera²⁵. Una evaluación rigurosa de los diferentes mecanismos en Ghana demostró que aproximadamente el 10 % de los estudiantes abrió cuentas cuando se realizó mercadeo directo en la escuela, y el porcentaje se duplicó cuando además se ofrecían servicios transaccionales también en las escuelas. Por el contrario, tan sólo 0,3 % de los estudiantes abrieron cuentas en las escuelas donde ninguno de los dos servicios estaba disponible²⁶.

Cuadro 2: Cinco lecciones para las instituciones financieras²⁷

La experiencia de YouthSave demuestra que las instituciones financieras deben tener en cuenta estas cinco lecciones a la hora de diseñar y ofrecer cuentas de ahorro para jóvenes:

- 1) Consulte los extensos estudios de mercado sobre las cuentas de ahorro para jóvenes. Hay que aprovechar este recurso.
- 2) Diseñe cuentas de ahorro para jóvenes de manera que se maximice la participación de los adultos:
 - Se debe ampliar, hasta donde lo permita la ley, el tipo de adultos que se aceptan como co-titulares.
 - Se debe exigir la firma de los jóvenes además de la de los adultos para autorizar los retiros.
 - Es necesario diseñar estrategias de mercadeo y difusión para contrarrestar el escepticismo de los adultos sobre el ahorro juvenil.
 - Debemos educar a los jóvenes y los adultos en cuanto a las prácticas seguras de ahorro.
 - Es importante construir relaciones sólidas con las escuelas y las organizaciones para jóvenes.
- 3) Logre una alta tasa de apertura de cuentas por medio de:
 - Una capacitación presencial del personal en cuanto a cómo atender a los clientes jóvenes.
 - Incentivando al personal – psicológica y materialmente – para que consigan más aperturas de cuentas de ahorro juveniles.
 - Realizando ventas directas en sitios donde se reúnen los jóvenes.
- 4) Asegúrese de que los puntos transaccionales estén ubicados en sitios que sean fácilmente accesibles por los jóvenes y de que cumplan con estándares de servicio altos.
- 5) Promueva el compromiso continuo de los jóvenes con sus cuentas por medio de:
 - La implementación de sistemas para asegurar que los jóvenes puedan hacerle seguimiento a sus depósitos, retiros y saldos.
 - El seguimiento al nivel de satisfacción de los jóvenes con sus cuentas y reforzando su comprensión de los términos y condiciones.
 - Recordatorios y estímulos constantes para el ahorro, por ejemplo por medio de mensajes SMS.

Notas Finales

1. Deshpande, R. (2012). *What Do Youth Savers Want?* Washington, DC: Save the Children Federation. https://www.newamerica.org/downloads/YouthSave-Market-Research-Report_FINAL.pdf.
2. Kilara, T. Magnoni, B. & Zimmerman, E. (2014). *The Business Case for Youth Savings: A Framework*, CGAP Focus Note #96. Washington, DC: CGAP. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-Business-Case-for-Youth-Savings-A-Framework-Jul-2014.pdf>.
3. United Nations Population Fund (2014). *The Power of 1.8 Billion: Adolescents, Youth, and the Transformation of the Future*. New York, NY: UNFPA. https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/EN-SWOP14-Report_FINAL-web.pdf.
4. <http://www.advocatesforyouth.org/publications/publications-a-z/455-youth-and-the-state-of-the-world>.
5. YouthSave Consortium (2015). *YouthSave 2010-2015: Findings from a Global Financial Inclusion Partnership*, Ch. 10. Washington, DC: YouthSave Initiative. https://static.newamerica.org/attachments/10169-youthsave-2010-2015-findings-from-a-global-financial-inclusion-partnership/YouthSave_2010_2015_38ee0cee091e-4050a823413b6d0b9b09.pdf.
6. Kilara, T., Magnoni, B. & Zimmerman, E. (2014).
7. Aldebot-Green, S. and Sprague, A. (2014). *Regulatory Environments for Youth Savings in the Developing World*. Washington, DC: New America. https://www.newamerica.org/downloads/Regulatory_Environments_for_Youth_Savings_Developing_World_Youthsave.pdf.
8. Johnson, L., Lee, Y., Sherraden, M., Ansong, D., Chowa, G., Ssewamala, F., Saavedra, J. (2015). *Youth Savings Patterns and Performance in Colombia, Ghana, Kenya, and Nepal*. Washington University, Center for Social Development. <http://csd.wustl.edu/publications/documents/rr15-01.pdf>.
9. Deshpande, R. (2012).
10. YouthSave Consortium (2010). *Youth Savings in Developing Countries: Trends in Practice, Gaps in Knowledge*. Washington, DC: YouthSave Initiative. <http://csd.wustl.edu/Publications/Documents/YouthSavingsMay2010.pdf>.
11. Johnson et al (2015).
12. Save the Children Federation (2015). Datos internos.
13. Ibid.
14. Sólo las cuentas que habían dado su autorización explícita para ser incluidas en la investigación (llamadas "cuentas incluidas en la investigación") fueron analizadas como parte de la Evaluación de Demanda del Ahorro. De aproximadamente 100.000 cuentas abiertas desde mayo de 2014, poco menos de 70.000 fueron incluidas en esta investigación. Fuente: Johnson et al (2015).
15. Cramer, R., Black, R., King, J., and Hart, P. (2015). *Addressing the Challenge of Account Dormancy in Youth Savings Initiatives*. Washington, DC: New America Foundation, <https://static.newamerica.org/attachments/4464-addressing-the-challenge-of-account-dormancy-in-youth-savings-initiatives/Youth%20Savings%20Dormancy.67e61dc850904c4988bb75926cd7c478.pdf>.
16. Rodríguez, C. & Saavedra, J. (2015). *Nudging Youth to Develop Savings Habits: Experimental Evidence Using SMS Messages*. Los Angeles, CA: USC Dornsife Center for Economic and Social Research and USC Schaeffer, Leonard D. Schaeffer Center for Health Policy and Economics. http://static.usc.edu/documents/WP_2015_018.pdf.
17. Johnson et al (2015).
18. Kosmylnina, D. (2015). *Towards Financially Capable Youth*. Washington, DC: Save the Children Federation. <https://static.newamerica.org/attachments/9608--178/Toward%20Financially%20Capable%20Youth.57df83f39d4d41bea6946797f612d589.pdf>.
19. YouthSave Consortium (2015).
20. Deshpande, R. (2012).
21. YouthSave Consortium (2015), Ch. 12.
22. Johnson et al (2015).
23. YouthSave Consortium (2015), Ch. 12.
24. YouthSave Consortium (2015), Ch. 4.
25. Johnson et al (2015).
26. Lee, Y., Johnson, L., Sherraden, M., Ansong, D., Chowa, G. & Osei-Akoto, I. (2015). *Taking the Bank to the Youth: Impact on Savings and Asset Building from the Ghana YouthSave Experiment*. Louis. MO: Center for Social Development. <http://csd.wustl.edu/Publications/Documents/WP15-43.pdf>.
27. YouthSave Consortium (2015), Ch. 6.

Fotos cortesía de Save the Children.